



INDEPENDENCIA, IMPARCIALIDAD Y OBJETIVIDAD EN LA PRENSA REGIONAL ARGENTINA (1900-1926)

INDEPENDENCE, IMPARTIALITY AND OBJECTIVITY IN THE REGIONAL ARGENTINE PRESS (1900-1926)

Paulina Brunetti

brunettipaulina@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0003-2126-2272>

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional de Córdoba
Argentina

RESUMEN

Es objetivo de este trabajo es mostrar que las nociones de independencia y de objetividad periodísticas emergieron a partir de causalidades diferentes. Mientras que la primera designó una nueva concepción del periódico, la segunda constituyó un principio deontológico que si bien la prensa independiente incorporó por causas sociohistóricas precisas ya contaba con antecedentes desde fines del siglo XIX. El corpus abordado en la investigación corresponde a la prensa regional argentina; en particular, a los periódicos publicados en la ciudad de Córdoba entre 1904 y 1926.

PALABRAS CLAVE

independencia, objetividad, periódicos, Córdoba

ABSTRACT

The aim of this paper is to show that the notions of independence and objectivity in journalism emerged from different causalities. The former denominated a new conception of the newspaper while the latter was a deontological principle that the independent press incorporated for precise socio-historical reasons, but, in a way, already had antecedents from the XIX century. The core of work in our paper belongs to the Argentinean regional press, mainly focused in the newspapers from Córdoba city between the years 1904 and 1926.

KEYWORDS

independence, objectivity, newspapers, Córdoba

RECIBIDO

14 | 07 | 2016

ACEPTADO

03 | 10 | 2016

INDEPENDENCIA, IMPARCIALIDAD Y OBJETIVIDAD EN LA PRENSA REGIONAL (1900-1926)

Por Paulina Brunetti

La prensa tuvo siempre, señala Anthony Smith (1983), un grupo cambiante de principios éticos. Así, la expresión «periodismo independiente» (p. 200) la esgrimen en la actualidad los medios que se reclaman a sí mismos como tales, mientras que las nociones de «imparcialidad» y de «objetividad» son fuertemente cuestionadas desde hace tiempo. De esto dan prueba un sinnúmero de artículos, de libros y de capítulos de libros imposibles de consignar aquí por su elevado número, pero que circulan ampliamente en el territorio de ensayos y de investigaciones. De todos modos, independencia, imparcialidad y objetividad parecen fundirse en los escritos sobre ética periodística o se proponen, generalmente, uno como consecuencia del otro: así, se habla de la imparcialidad y de la objetividad a los que está obligado todo periódico independiente. No es nuestro propósito volver sobre una discusión siempre enriquecedora sino arrojar una mirada hacia el pasado; esto es, hacia los momentos en los que estas nociones fueron, sino utilizadas por primera vez, al menos visibilizadas en los discursos de la prensa regional.

Los textos que refieren a estas categorías suelen discrepar al señalar un posible comienzo y, en algunos casos, suponer que existieron desde siempre. Algunos estudios, por ejemplo, referidos a la prensa argentina de mediados del siglo XIX hablan de la «información objetiva», cuando en aquel momento la idea misma de noticia, e incluso de actualidad, no se concebía de la manera en que la conocemos en la actualidad. Otros, sin embargo, creen que el concepto de objetividad surgió luego de la Segunda Guerra Mundial. Interesa, particularmente, mostrar que independencia y objetividad son dos nociones que emergieron a partir de causalidades diferentes. Mientras la primera designó una nueva concepción del periódico, la segunda constituyó un principio deontológico que la prensa independiente incorporó por causas sociohistóricas precisas pero que, de alguna manera, ya contaba con antecedentes desde fines del siglo XIX y, especialmente, durante la década de 1910.

El corpus con el que trabajamos pertenece a la prensa regional argentina, especialmente a los periódicos de la ciudad de Córdoba entre 1904 y 1926, período en el que pueden localizarse trazas sobre los usos de estas nociones. Aunque sería arriesgado determinar que se trata de un origen, sí se puede encontrar un inicio relativamente localizado, aun cuando las precisiones temporales son altamente flexibles según los países y sus regiones. Los estudios de historia de la prensa se ubican siempre en un terreno resbaladizo y es nuestro propósito, en esta oportunidad, avanzar sobre conceptualizaciones que, como las de independencia y objetividad, se ubican en tramas con lógicas diversas en la prensa cordobesa ya que, como veremos, las definiciones y las dicotomías no se ajustan siempre a las desarrolladas para la prensa porteña. No obstante, resulta necesario aclarar que ambas nociones devinieron de la prensa extranjera y se propagaron por el mundo periodístico con gran fuerza, determinando mutaciones en diversos niveles. Esto significa que aun cuando nuestro corpus pertenece a la prensa cordobesa sus desarrollos y sus conclusiones podrán ser extrapoladas.

MODELOS PERIODÍSTICOS: DEL DIARIO PARTIDARIO AL DIARIO INDEPENDIENTE

Hay consenso en señalar cuáles fueron los dos modelos paradigmáticos que se sucedieron en la historia de la prensa: el primero, llamado «prensa de opinión» o «prensa de partido» característico del siglo XIX; el segundo, denominado «prensa comercial» o «de información», de la que fue paradigma la prensa norteamericana. La bibliografía ha hecho abundante referencia a ellos, pero quizás convenga recordar las breves

definiciones que han sido largamente reiteradas. Los diarios, en el primer caso, actuaron como voceros de los partidos, tuvieron un importante acento polémico y, por lo general, fueron escritos por aquellos que representaban diferentes sectores políticos; en el segundo caso, dejaron de depender para su financiamiento y pasaron al modelo de la prensa concebida como negocio, sostenida por el lector y por el anunciante. Este modelo fue producto de una serie de factores, como las nuevas condiciones socioculturales, el crecimiento de la población urbana, el incremento de lectores, los avances técnicos, etc. Su éxito fue inmediato en los EE.UU. y sus estrategias se propagaron hacia todas las latitudes del mundo occidental. No se puede datar esta mutación de manera exacta, sino ubicarla aproximadamente en un período comprendido entre fines del siglo XIX y comienzos del XX; así como tampoco es posible afirmar que dependió de factores político y partidarios, que si incidieron fue solo de manera indirecta.

La afirmación según la cual, durante el siglo XIX, un diario adquiría carácter «partidario» en oportunidades se hacía de manera explícita debajo del rótulo, lo que manifestaba una concepción del periodismo aceptada y compartida. Así, *La Libertad* (1890-1915) decía «Órgano del Club Unión Cívica de la Juventud»; *La Patria* (1893-1910), «Órgano del Partido Autonomista Nacional»; *Los Principios* (1894-1982), «Órgano de la Juventud Católica de Córdoba» u «Órgano de la Asociación Juventud Católica»; y *Justicia*, que desde su aparición, en julio de 1905, fue «Órgano del Partido Autonomista Nacional», y que a partir de su refundación, en 1912, cambió su lema por «Órgano del Comité Independiente Ramón J. Cárcano», en apoyo a la candidatura de éste a la gobernación cordobesa.

Tim Duncan (1980), basándose en el análisis del periódico bonaerense *Sud-América*, ha realizado una caracterización bastante ajustada de estos diarios a los que califica como híbridos, en tanto no eran meros panfletos políticos ni tampoco poseían las características de la luego llamada prensa comercial. Utilizados como arma política, la particularidad consistía en que la casi totalidad de sus escasas páginas eran ocupadas por extensos artículos editoriales, a veces, desmesuradamente impetuosos en sus descalificaciones o en sus exaltaciones partidarias; pero igualmente fue decisivo el sostén económico del que dependían: «[...] sus finanzas, personal, perspectivas de sobrevivencia, e incluso estilo estaban todos estrechamente ligados al sistema político mismo» (Duncan, 1980, p. 781). Muchos de estos aspectos pueden verse en la prensa cordobesa del siglo XIX (Vagliente, 2000; Cucchi & Navajas, 2012; Cucchi, 2014; Ayrolo, 2006). El esquema descripto fue generalizado y su suerte varió siempre con los vaivenes

de la política. Tan fuertes eran en oportunidades los enfrentamientos periodísticos que los mismos militantes que circunstancialmente estaban en la oposición y enaltecían la libertad de imprenta cuando llegaban al gobierno la oprimían.

Hacia fines del siglo XIX y comienzos del XX emergió la denominada «prensa comercial». Tal canon ha sido considerado crucial dentro de la historia periodística ya que parece ser el que más ha contribuido a la moderna interpretación de lo que es o debe ser un periódico (McQuail, 1983), al menos en sus formatos tradicionales, tal como los conocimos en plena vigencia del soporte papel. También llamada en su época «prensa a la americana», constituye la etapa inicial de la industria cultural y se encuentra en los orígenes de la prensa de masas; a fines del siglo XIX y comienzos del XX, cada sociedad engendraba una prensa pensada para que fuera popular e informativa, por lo que sus columnas se diversificaban para satisfacer intereses varios. Las historias de cada país o de cada región divergen demasiado para constituir una única historia; sin embargo, varios hitos parecen confluír en estos cambios y dan cuenta de un nuevo canon periodístico que ocupó el lugar hasta entonces hegemónico por los modelos franceses.

Ese «nuevo periodismo» se autodenominó «independiente».¹ Si bien la mutación puede cifrarse en breves líneas su concisión encubre un proceso que parece haber sido lento y complejo, con diferentes etapas y con ajustes diversos respecto del paradigma estadounidense del que dependió o, incluso, en el caso de Córdoba, de la prensa porteña. Sylvia Saïta (1998) señala que, lentamente, las dos primeras décadas del siglo asisten a la configuración de un campo específico de relaciones donde el periodismo escrito se particulariza como práctica, se separa del poder del Estado y de los partidos políticos, y sienta las bases del periodismo moderno. La prensa cordobesa no siguió estrictamente el mismo camino; fue particular, aun cuando no dejó de instalarse la prensa comercial. Con esta naturaleza nacieron *La Voz del Interior*, en 1904 (continúa publicándose en la actualidad), y *Los Principios*, que si bien surgió en 1894 como «Órgano de la Asociación Juventud Católica» el 13 de mayo de 1916 se transformó en Sociedad Anónima y comenzó así la suscripción de acciones hecha, principalmente, por el Arzobispado de Córdoba, por algunas congregaciones y por devotos católicos.

En el proceso de modernización periodística cordobés no hubo un vespertino a la manera de *Crítica*, ya que no hubo propietarios que no estuvieran enrolados en algún partido político, al menos hasta 1928, año en el que nació el vespertino *Córdoba* (1928-1986) de la mano de José W. Agusti —quien comenzó su carrera en el comercio

exterior y había sido periodista de *Los Principios*—,² lo que amerita una caracterización particular, como veremos en la conclusión. Sin embargo, en el recambio de siglo la renovación se cumplió igualmente: los diarios ampliaron sus temarios y desarrollaron las secciones típicas de la prensa comercial para satisfacer a un amplio público lector (telegramas, noticias locales, teatrales, cine, policiales, deportes). También en la década de 1920 competirían ferozmente por la publicidad (Brunetti, 2015), con una particularidad no desdeñable: mientras *Los Principios* constituyó, según sus colegas, el diario «culto, circunspecto e ilustrado», *La Voz del Interior* se ubicó en una línea más sensacionalista, al menos en algunas columnas. Las importantes transformaciones que tuvo la prensa en las dos primeras décadas del siglo xx plantean un panorama que complejiza dicotomías, en cuanto como rasgo significativo es posible observar, por ejemplo, la temprana incorporación de retóricas amarillas dentro de diarios que, al menos desde sus aspectos gráficos y formales, no podrían ser calificados como tales.

¿QUÉ SIGNIFICABA SER UN «DIARIO INDEPENDIENTE»?

Sigamos, en principio, a *La Voz del Interior*. Concebido como periódico comercial (destinado al gran público, interesado en la publicidad, etc.), se autodenominó «Diario Independiente de la Mañana». El lema, ubicado debajo del rótulo, no era casual sino que intentaba señalar otro modo de concebir el periodismo.

La «Voz del Interior» es un diario independiente. No debe a nadie las reverencias del servilismo. Puede aplaudir sin restricciones de ninguna raza y puede atacar sin contemplaciones [...]. Desde que una hoja de publicación se enrolla bajo bandera alguna se debe a esa bandera, y aunque no creemos que la consecuencia ha de llevarse hasta abdicar de la propia opinión y del criterio propio, claro está que el diario político ha de luchar por el triunfo del partido en que milita y la exaltación de los ciudadanos que prestigia. Antes de ser popular será necesariamente político [...] (LVI, 6/1/1906, p. 4).

El fragmento es muy claro: su camino ya era otro. La reveladora oposición marcada al final entre diario «popular» y diario «político», leída en su contexto, significaba que optaba por el denominado periodismo de información que desde EE.UU. se propagó por el mundo occidental. El mismo diario define lo que entendía por «popular»:

Y en verdad el periodismo de antes no es el que tenemos hoy, aquél era, en general, para las clases cultas y elevadas; el nuestro es para todos, los diarios modernos van desde las manos del aristócrata señor á las encallecidas del humilde obrero, que apenas sabe deletrear las palabras (LVI, 16/3/1904, p. 4).

Un nuevo destinatario, que escapaba a las estrechas elites políticas de los diarios de opinión, planteaba innovaciones importantes en formatos y en escrituras. La noticia comenzaba a mutar en mercancía. *La Voz del Interior* veía que la posición de los diarios partidarios se encontraba agotada: «La prensa independiente en el hombre y en la acción no conoce estas angustias» (LVI, 6/1/1906, p. 4); esto es, la antigua prensa no alcanzaba para responder a las exigencias de las nuevas condiciones socioculturales que exigían novedades y entretenimiento. Seguramente, los diarios partidarios se habían hecho totalmente predecibles y fastidiosos.

La palabra «independiente» parece mostrar, en ese momento, la fuerte oposición a los denominados «órganos de partido», tal como fue su formato y su lenguaje durante el siglo XIX, al tiempo que supuso un valor ético proclamado pero no cumplido. De hecho, *La Voz del Interior*³ estuvo alineado con el Partido Radical, pero este mismo reconocía que la prensa independiente «no debía abdicar de sus opiniones», lo que se mantuvo en tanto la prensa independiente fue siempre un actor político.

No obstante, se instalaba por encima de un periodismo de combate destinado casi exclusivamente a la contienda político-partidaria, ya sin ningún atractivo fuera de los círculos políticos. En suma, se trataba de un periódico estructurado de otra manera, argumentaba sobre todo en épocas eleccionarias desde el punto de vista partidista en las columnas editoriales sin modificar el resto de sus secciones destinadas a un variado temario: deportes, policiales, etc., espacios que progresivamente crecieron y a los que se fueron incorporando cronistas que distaban de los que se ocupaban de la contienda partidaria o ideológica. De hecho, la cuestión de la opinión política se mantuvo,

pero como señala un texto sobre periodismo muchos años después: aunque se expresara, tenía que cuidar «el nivel trascendente del juicio, para no caer en un partidismo vulgar y comprometido» (Calvo, 1970, p. 41).

El nuevo modelo no aparece de golpe, ya que tuvo importantes etapas en su desarrollo posterior.

En primer lugar, fueron emprendimientos familiares que tuvieron que transitar un largo camino hasta transformarse en empresas más o menos rentables: la ampliación del material informativo significó aumento de personal y adelantos de la maquinaria. El perfeccionamiento del grabado para el mejoramiento gráfico, por ejemplo, fue lento y sus ganancias escasas. Todavía en marzo de 1917 el diario *Los Principios* decía que la prensa cordobesa adquiriría cada día mayor importancia aunque sus «provechos» no fueran todavía cuantiosos. Si tenemos en cuenta que este diario nació en 1894 y *La Voz del Interior* en 1904, al menos en sus primeros años de labor las empresas periodísticas debieron transitar una vía ardua y, posiblemente, de débiles ganancias.

En segundo lugar, durante la década de 1910 hubo otros aspectos que incidieron: si la independencia había de proclamarse respecto de los partidos políticos, en sus finanzas todavía no gravitaba fuertemente la publicidad.

El anuncio comercial, el aviso, distaba mucho de tener la importancia primordial a que hoy ha llegado. Era de ejecución rudimentaria en cuanto a la parte literaria, como que tampoco se conocía el experto en publicidad; y en lo que respecta al aspecto técnico, seguía un molde único que tardó mucho tiempo en romperse [...]. El aviso comercial estaba supeditado a la independencia del diario, hoy, en términos generales, está supeditada al aviso (Andrés, 1938, p. 47).

Quizás esta situación haya sido transitoria ya que, en pocos años, la publicidad se volvería una fuerza gravitante para la vida de los diarios (Brunetti, 2015).

Un largo proceso de transformación en lo que respecta a información —según puede observarse en los diarios cordobeses— se cumplió dentro de los formatos que podrían ser considerados clásicos: largas columnas, pequeños títulos que fueron aumentando su tamaño con el tiempo, etc. Las nuevas concepciones no fueron simples cambios a semejanza de los modelos que llegaban de otros espacios geográficos, sino fruto de un paulatino proceso idiosincrásico en el que habían de concurrir diferentes factores.

Esto es, la mutación se desarrolló como un proceso lento que fue incorporando innovaciones de manera gradual y no en un solo periódico que cristalizara todos los cambios simultánea y súbitamente. Desde esta perspectiva, la experiencia de *Crítica* podría considerarse un punto de llegada y no de partida, avalado por lo que era ya una tradición de muchos años en prácticas periodísticas que, de manera heterogénea y desde fines del siglo XIX, fue incorporando otros lenguajes y escrituras para transformar la noticia en mercancía.

La prensa cordobesa se renovó a tono con las nuevas corrientes, pero sus propietarios fueron activos militantes políticos y, simultáneamente, modernizaron su estructura para la captación de nuevos lectores y avisos. La situación había cambiado, pero las páginas dedicadas a las informaciones partidarias y editoriales continuaron siendo terreno de fuertes campañas. El único diario que autoexaltó su imparcialidad fue el clerical *Los Principios*, pero esta es una cualidad que, si efectivamente se dio, merece ser investigada, ya que, en todo caso, más se debió al tipo de relación que estableció la jerarquía católica cordobesa con diferentes partidos políticos, según las circunstancias y los momentos, que a su mentada independencia. Además, si en este plano el diario intentó siempre una posición equidistante de los sectores que luchaban en la arena política, su discurso fue francamente panfletario cada vez que hubo de atacar al liberalismo, de agraviar a cualquier grupo que, según su percepción, se acercara a ideas de izquierda o, finalmente, de apoyar fervorosamente el golpe de estado del 6 de setiembre de 1930 y de celebrarlo como la llegada de la «verdadera democracia» (Brunetti, 2014).

Podría decirse que no hubo prensa independiente en Córdoba, pero tampoco la hubo ni la hay en la Argentina si la entendemos como autónoma de cualquier espacio de poder. En todo caso, lo que pudo existir, en algunos momentos, fueron periódicos que mediante la apelación a un sentimiento no partidista adecuaron su material para satisfacer a todas las inclinaciones políticas. Más precisamente, la palabra independiente se concibió y se concibe en el sentido que le otorga Héctor Borrat (1989) cuando plantea el desempeño del diario como actor político:

Entiendo por *periódico independiente* a todo aquel que —fuere cual fuere su periodicidad— se define y actúa en función de los objetivos permanentes de *lucrar e influir*, excluyendo toda relación de dependencia estructural respecto de cualquier actor que no sea su empresa editora [...]. Su identidad no se encuentra en su supuesta y proclamada «independencia», sino en su dependencia exclusiva de la empresa del sector privado que lo edita (pp. 9-10).

Sin embargo —como dijimos— la prensa pocas veces acepta estos roles e insiste, cuando utiliza la palabra «independiente», en el principio deontológico: su distancia del poder en cualquiera de sus formas: sea político o empresarial.

El modelo que inauguró el «nuevo periodismo» de comienzos del siglo xx ha recibido, genéricamente, los nombres de prensa popular, comercial, de empresa, de información. No resulta simple determinar hasta qué punto estos sintagmas fueron estrictamente sinónimos pero su carácter comercial fue determinante y no impidió que los diarios fueran actores políticos con diferentes roles según los conflictos de su tiempo.

DE LA OBJETIVIDAD

La objetividad periodística es cuestionada desde hace tiempo, pero parece ser una noción persistente. Una revisión de los archivos muestra que su uso no dataría de tanto tiempo y no parece haber surgido como la de independencia para plantear un nuevo modelo periodístico, sino más bien de una necesidad a partir de circunstancias históricas que vinieron a robustecer una serie de normas que, de alguna manera, ya existían en la generación de periodistas durante la primera década del siglo xx.

Para explicarlo, es conveniente regresar a la primera década de ese siglo. Como señalamos, a fines del siglo xix, conceptos revolucionarios acerca de la prensa y de la labor periodística tuvieron su origen en los modelos estadounidenses, los que se adoptaban y se adaptaban con características propias en cada país. El nuevo esquema, entre otras innovaciones, se encontraba íntimamente ligado a una nueva práctica: la del reportero

en el lugar de los hechos. Por aquella época la palabra «hecho» se utilizó cada vez más (Smith, 1983) y su hábil búsqueda dio a los periodistas un nivel social significativo que fue fuente de autojustificación y de legitimación de su propia tarea.

En este marco, y a su modo, se modernizó la prensa cordobesa, en tanto las exigencias de los nuevos periódicos transformaron prácticas y objetivos en un complejo mercado que cristalizó otra retórica: la del consumo (Brunetti, 2008). Así el «nuevo periodismo» cordobés transformó sus prácticas ocupacionales en las complejas tramas de la vida urbana, especialmente en los espacios sociales en los que amenazaban cotidianamente el desorden y la muerte, por lo que una de las mutaciones más significativas operó en la identidad de quienes asumieron la tarea de buscar y de relatar sucesos. La labor que legitimaba y que daba credibilidad a los relatos quedó definida, como dijimos, en la del «periodista en el lugar de los hechos». Se trata de la construcción de una nueva identidad profesional, de un quehacer que puso el énfasis en las cualidades necesarias para llevarlo a cabo y que instituyó un rol particular, el del periodista en su incansable búsqueda de información. De esta manera, lo que en la primera década del siglo xx se denominó «la curiosidad reporticia» sintetizaba sus atributos más importantes: intuición, afanes y empeño en recorrer calles y caminos con significativas consecuencias en el contrato de comunicación. De ello da cuenta la presencia de periodistas en las comisarías, en los tribunales, en la casa de gobierno y, especialmente, en el lugar en el que ocurrían hechos criminales, como se observa en los siguientes fragmentos que exaltan su presencia:

Anoche se ha producido un caso verdaderamente extraño por su originalidad, el que al ser conocido llamó la curiosidad reporticia. Venciendo las dificultades y obstáculos que siempre se oponen a ciertos hechos, logramos conocer todos los detalles del caso (LVI, 12/7/1913, p. 10).

El martes por la tarde a la hora de cerrar nuestro diario teníamos conocimiento del trágico suceso, no siéndonos posible detallarlo hasta no tener minuciosos antecedentes que satisficieran la curiosidad de nuestros lectores, antecedentes basados en la verdad precisa. Ayer por la mañana el cronista policial tomó camino del lugar indicado en la creencia de poder volver enseguida con las informaciones recogidas (*La Libertad*, 29/3/1900, p. 4).

Su rol ya no sería sólo el de quien transmitía la información sino, sobre todo, el de quien la buscaba y la proveía. La identidad del periodista «fiel a la verdad de los hechos», testigo ocular de los sucesos, tuvo consecuencias directas sobre la concepción de la crónica como un conjunto de datos sobre el mundo exterior que, mediante un proceso fidedigno, se ofrecía a los lectores. Pero no se hablaba en estos años de objetividad.

Según Pierre Bourdieu (1997), el campo periodístico se constituyó como tal en siglo XIX, en torno a la oposición entre los periódicos que ofrecían noticias sensacionalistas y los que procuraban tomar distancia afirmando valores de objetividad. Pero el precedente parece muy lejano e impreciso. De manera también muy genérica en cuanto a la datación, Denis McQuail (1998) señala que en la era anterior a la televisión la objetividad ofrecía un parámetro contra el cual juzgar el sensacionalismo y la parcialidad política de los periódicos populares masivos.

Según Smith (1983), la palabra objetividad no fue utilizada con mucha amplitud en el contexto del debate sobre el periodismo hasta después de la Primera Guerra Mundial. El código de la objetividad surgió en el largo y complejo período previo a la Segunda Guerra Mundial y fue diferente en cuanto al énfasis en los hechos con el que está vinculado el concepto de fidelidad que referimos anteriormente. Señala Smith (1983) que las técnicas periodísticas se habían quebrado durante la Primera Guerra. En el contexto internacional, la prensa fue el blanco de múltiples críticas, sobre todo por «la inadecuación con que manejaba la psicología popular» (p. 211); esto es, con una dosis importante de sensacionalismo. Efectivamente, muy pronto también la prensa tuvo que salir en defensa de sus propios cables a los que se consideraba más propaganda que información.

Una explicable modalidad del público que sigue con consiguiente avidez y lógica parcialidad las informaciones telegráficas de la contienda europea, hace que de las transiciones de la lucha, los desafectos al bando momentáneamente victorioso, se echen a proparar por todos lados la falta de veracidad de las mismas, suponiéndolas fraguadas intencionalmente por las agencias mundiales de noticias.

Hora es ya, sin embargo, que se desvanezcan tan antojadizos prejuicios. El periodismo mundial ha llegado a un grado de potencialidad que le permite llenar su misión con todas las continencias y todas las censuras.

[...] pero a los que no tengan un concepto cabal de lo que representa y lo que puede en todos los órdenes de su acción el periodismo bastarán los hechos para dejarles la convicción de que las informaciones telegráficas que diariamente se dispersan por el mundo son un reflejo fiel y exacto de la verdad.

Los periódicos europeos llegados en los últimos correos traen en efecto una información casi literalmente idéntica a la que el cable transmitió a nuestro país en su oportunidad; y muchas noticias que fueron entre nosotros tomadas como inverosímiles «canards de redacción» se encuentran confirmadas por diarios de Francia, Italia, Alemania, Inglaterra y España a la vez.

Creemos, pues, que debe ya abandonarse el vulgar recurso que pone en duda los asertos periodísticos, a fin de ocultar una susceptibilidad que se justifica en cada caso por los apasionamientos patrióticos sentimentales [...]. (LVI, 10/9/1914, p. 4).

En el desarrollo del Primer Congreso Panamericano de Periodismo realizado en Washington, en abril de 1926, y al que asistieron 126 periodistas de América Latina entre los que se encontraban representantes de la prensa argentina, el tema de la ética fue crucial y ventilado ampliamente por los diarios de Buenos Aires y de Córdoba. En palabras de John H. Fahey, del *Evening Post*, la guerra había demostrado más que nunca la fuerza poderosa de la prensa⁴ pero a nivel internacional durante la conflagración, y desde entonces, no había demostrado avances en el campo la ética:

[...] como periodista que soy tengo la firme convicción de que la índole general de la correspondencia que ha llegado a este país desde Europa desde la guerra, especialmente desde los últimos seis años, así como aquella que ha llegado a Europa procedente de los Estados Unidos, está muy lejos de dar crédito a nuestra profesión y es susceptible de mucha mejora (Fahey en Napp, 1987, p. 159).

Fahey señalaba que muchos de los escritos llegados de Europa a los Estados Unidos eran «irresponsables, sensacionales y en extremo superficiales» (p. 163), y agregaba: «Muchos de ellos se han dedicado a procurar para la primera página cuentos de cosas

que no existen y a fabricar sospechas de medias verdades [...]» (p. 163). Así, la objetividad aparece como una respuesta al caos de la esfera política internacional. De hecho, la reiterada frase «El comentario es libre, pero los hechos son sagrados» quedó plasmada en las páginas de *The Manchester Guardian* el 5 de mayo de 1921, en un artículo de su director, Charles P. Scott. Estas ideas debieron correr rápidamente por el mundo periodístico.

Al mencionado congreso, en el que la prensa argentina participó activamente, también asistió un representante del diario cordobés *El País* que ancló su prestigio en la idea de objetividad, por lo que nos detendremos en él ahora. Dicho periódico nació en Córdoba el 3 de abril de 1926 y circuló hasta 1942. Su principal impulsor fue Ramón J. Cárcano, quien meses antes había ganado por segunda vez la gobernación de Córdoba, y fue fundado por la sociedad anónima El País, cuyo presidente era Miguel Ángel Cárcano (hijo del gobernador). Aunque el nuevo diario posiblemente no alcanzó grandes tiradas su capital fue simbólico debido a una serie de factores que se congregaron para ello. Primero, ser el vástago largamente pensado por el mismo gobernador, quien gozaba de gran prestigio intelectual y era un político de renombre. El diario nació, también, con importantes innovaciones gráficas, una cuidada diagramación y reunió a prestigiosos colaboradores que nutrieron columnas especiales dignas de ser objeto de análisis. Había comprado los derechos de publicación de prestigiosos colaboradores artísticos y literarios de la Argentina y del extranjero, como así también de historietas cómicas. Desde su primera publicación se situó en un nivel de superioridad respecto de sus colegas cordobeses. Debajo del rótulo, decía: «El único diario nacional en el interior», diferenciándose de sus colegas cordobeses. Sus estrategias de presentación fueron —como en la mayoría de los diarios— excesivamente autorreferenciales y construyó su imagen sobre todo en torno a la calidad informativa ya que, según sus palabras, inauguraba en Córdoba «un campo hasta ahora no transitado».

Ostentaba el concepto de objetividad desde el primer día que salió a la calle, lo cual no sería extraño como declaración de principios, pero también desarrolló el tema en artículos posteriores. Uno de ellos, el más extenso, publicado a cuatro meses de la primera edición estaba firmado por su director, Carlos Viale⁵ (*El País*, 1/8/1926, p. 8). Aunque estos textos no pueden dejar de considerarse como una forma de autovaloración, superan la simple inclusión y contribuyen a observar el sentido que tuvo en aquellos momentos la noción de objetividad, como así también la vulnerabilidad del concepto desde sus inicios.

¿Qué entendía *El País* por objetividad? Como veremos, ya se reunían una serie de variables que atravesarían el concepto en el periodismo tradicional. Atribuía al diario *La Nación*, de Buenos Aires, al que se encontraba muy ligado, haber utilizado el concepto por primera vez en la década de 1920, por lo que es muy posible que para la prensa cordobesa no fuera una novedad ya que el diario porteño se difundía en la ciudad. De la objetividad decía, en primer lugar, que exigía la separación entre opinión e información y prometía que esta última sería relatada exenta de parcialidad:

Lo fundamental en el periodismo moderno es la absoluta separación de la información y el comentario. Aquella debe estar totalmente desprovista de toda tendencia y aun apariencia de parcialidad. Los hechos deben ser dados a conocer tal cual se producen y no tal cual conviene a la opinión e inclinación del diario (*El País*, 1/8/1926, p. 8).

[...] si la opinión periodística ha de ser dada a conocer diariamente sobre los sucesos, independientemente de esa opinión y sin que nada a ellas la ate, la noticia de dichos sucesos serán publicadas con exactitud exenta de parcialidad, con abundancia de detalles y con todos los elementos reales para que el público —supremo juez democrático— pueda hacerse un juicio propio en cada caso (*El País*, 3/4/1926, p. 8).

Por cierto, no hay problematización alguna respecto de la verdad y una clara convicción respecto de la transparencia del lenguaje: «Es elemental que [el diario] cuide su lenguaje, no para ser académico sino para ser decente, no para ocultar la verdad sino para decirla más alto y más fuerte» (*El País*, 1/8/1926, p. 8). Su postura se inscribe en la larga tradición en la que la verdad se encuentra en correspondencia con la realidad porque es independiente de la mente y del lenguaje: «Diremos siempre la verdad y ni siquiera nos atreveremos a disfrazarla con nuestra impresión. Será la verdad cruda y escueta que exige la buena justicia para fallar y el sabio para establecer su teoría» (*El País*, 3/04/1926, p. 8). Pero, como veremos luego, al analizar un editorial de *La Voz del Interior*, el «realismo ingenuo» no era extremo aun cuando no asumiera la euforia que exhiben hoy algunas teorías acerca de las interpretaciones sobre el mundo.

La primera oposición que estableció para definirse como periódico serio y moral fue la diferenciación con la prensa partidaria y con la prensa sensacionalista. Suerte de distancia que se mantuvo siempre en los desarrollos destinados al concepto de objetividad.

No obstante, lo que se consideraba como el eje de la calidad del producto, según sus propias palabras, requería mucho esfuerzo ya que «la verdad» no dependía de la buena voluntad y de la sinceridad. El obstáculo residía en que la tarea de averiguar los hechos resultaba difícil porque «los intereses creados a su alrededor tratan de ocultarlos o porque el sitio y la ocasión impiden que los datos se obtengan en la oportunidad debida» (*El País*, 3/4/1926, p. 8). Por ello, insistía en evitar la «noticia mal averiguada». La respuesta a estos obstáculos consistía, en principio, en lo que denominó «el periodismo técnico», a imagen y semejanza del modelo estadounidense. El cumplimiento de esta finalidad se basaba en «una organización noticiosa perfecta que esté en todas partes y en todos los minutos» (*El País*, 3/4/1926, p. 8).

Sin embargo, no se refería en este artículo a un equipo de reporteros sino, especialmente, a las noticias nacionales e internacionales, esto es, a las agencias noticiosas. El lugar central que ocupaban los despachos en ese momento es notable, pero no solo en el tratamiento del tema objetividad. La posesión de un buen servicio telegráfico era la primera prueba de la capacidad de un diario como empresa, aunque el temario incluía desde importantes conflictos políticos nacionales e internacionales hasta la construcción de un hipódromo en Madrid o el saludo navideño de un gobernador a otro. Al respecto, aseguraba: «*El País* tiene esa organización y si cuesta mucho dinero mantenerla, sabe que sin ella no sería órgano digno de sus lectores. Por ello la mantiene y la desarrollará sin descanso, a costa de cualquier esfuerzo» (*El País*, 1/8/1926, p. 8). Se refería a los servicios noticiosos del interior y del exterior organizados sobre la base de la Agencia Austral —un emprendimiento del diario *La Nación*—, a la que destinaba un recuadro en el que se describía su calidad informativa, y añadía que una vinculación bien establecida con los servicios especiales de *La Nación* y con la más grande organización informativa del mundo, la Associated Press, le permitía tener el servicio ideal para un diario: «*El País* publica telegramas auténticos [...] porque no aumenta, infla o desnaturaliza los telegramas, sino porque los publica fielmente porque está servido por la gran agencia argentina, la Austral» (*El País*, 3/10/1926, p. 4). Se mostraba como el diario que había ofrecido en sus cuatro meses de vida la mayor cantidad y calidad de noticias, por lo que se veía obligado a usar los tres telégrafos que unían a Córdoba con el resto del país.

Como innovación gráfica, en *El País* los cables ocuparon la primera plana, mientras que en los otros diarios se ubicaban en páginas interiores bajo títulos genéricos, como «Servicio telegráfico nacional y extranjero exclusivo para La Voz del Interior», «Servicio Telegráfico del interior de la agencia Austral» o, simplemente, «Servicio Telegráfico»,

divididos, según el caso, en «Exterior» e «Interior», aunque las diagramaciones de estas páginas eran también muy cuidadas. La información telegráfica fue capital durante las primeras décadas. No faltó en ninguno de los diarios, sin embargo se trataba de un servicio costoso, por lo que, por ejemplo, *Los Principios* fue cambiando de agencia en diferentes periodos y *La Voz del Interior* se sirvió siempre de la agencia Saporiti, que se había creado en 1900, y que funcionó como una corresponsalía periodística para diarios del interior hasta mediados de la década de 1920, momento en el que se transformó en una verdadera una agencia de noticias (Botto, 2012, p. 81).

A pocos días de su primera publicación, *El País* también anunciaba que había incorporado a sus servicios la información gráfica extranjera: mediante una organización especial había adquirido los derechos de publicación de las fotografías originales provenientes de varias agencias y diarios de Estados Unidos y de Europa (*El País*, 27/4/1926, p. 1). Su pasión por la objetividad llegó a tal grado que hasta anunciaba a su comentarista deportivo, Luis Carlini, como «un técnico de los sports» cuyas reflexiones se caracterizaban por su «imparcialidad» y su «justeza» (*El País*, 7/4/1926, p. 1).

No obstante el sustancial lugar ocupado por los cables y por los avances técnicos, *El País* también difundió normas referidas a la redacción de noticias. El 10 de noviembre de 1926 reprodujo el discurso que Stéphane Lauzanne, director de *Le Matin*, había pronunciado en el Tercer Congreso de la Prensa desarrollado en Ginebra en setiembre de 1926. En este artículo —que puede leerse como una suerte de página de instrucciones sobre el periodismo objetivo— reconocía que la pasión por la información se había tomado de la norteamericana e insistía en la separación entre información y opinión. Daba algunos consejos relativos a la noción de objetividad: ofrecer numerosos telegramas, tener corresponsales esparcidos por todas partes y la obligación de transcribir textualmente los discursos de los políticos sin comentario alguno y luego elogiarlo o criticarlo, siempre de acuerdo con la opinión del director del diario. Sobre las noticias planteaba problemas: «[...] es difícil cultivar y definir este campo» y agregaba: «Sí, naturalmente el público necesita hechos. Pero esto no quiere decir que cuando se le da hechos se le da la verdad. Todo depende de la forma en que son presentados. Todo depende de la explicaciones que acompañan o no acompañan al hecho» (*El País*, 10/11/1926, p. 8), e ilustraba con algunos ejemplos, referidos en especial a los cables.

Uno de estos ejemplos, digno de ser revisado, describía un suceso según el cual en mayo de 1926 se había reunido una manifestación franco-americana en el Trust Bancario de París y se había presentado el monumento que se iba a levantar en 1927

—cerca de Versalles— en conmemoración de los primeros aviadores norteamericanos que lucharon en 1914 en el frente francés. En tal oportunidad, el mariscal Ferdinand Foch había pronunciado un discurso donde rendía tributo a los héroes y luego un mayor de alta graduación había expresado igualmente su gratitud. Aunque, según sus palabras, todos los grandes diarios de París describieron el acto en los términos más «simpáticos», una «hoja callejera», «sin reputación», «se tomó la libertad» de hacer unos comentarios fuera de lugar y desagradables que finalmente fueron transmitidos in extenso a América. Se alarmaba que un diario como el *New York Times* hubiera publicado el «desagradable» artículo, en primera página y con un título a dos columnas, y relegaba a la «más remota parte de su número» el discurso de la más alta autoridad militar y moral de Francia. El caso mostraba que no siempre era suficiente dar un hecho para establecer una verdad: que una noticia desagradable para Estados Unidos había sido publicada por un diario francés, era un hecho. Pero que este diario francés no tenía reputación y que el artículo había sido publicado con motivo de una «brillante manifestación de la amistad franco-americana», era también un hecho. En definitiva, que un despacho fuera insertado en primera página a dos columnas o en páginas interiores era una fuerte señal que modificaba la impresión del público; esto es, era suficiente ignorar estos hechos o separarlos para «desfigurar completamente el incidente y alterar la verdad» (*El País*, 10/11/1926, p. 8).

El ejemplo resulta interesante y en la actualidad no resistiría el análisis, en tanto lo que se considera como relato objetivo no está fundamentado: se trata de una versión que el mismo autor califica solo como «simpática» para señalar su objetividad, mientras la única explicación utilizada para descalificar la otra versión es que había tenido su origen en una «hoja sin reputación». Quizás la referencia a «todos los diarios franceses» dé cuenta de la confiabilidad que como fuentes les otorgaba el periodista. De alguna manera, la crítica que Lauzanne hacía al *New York Times* no erraba en la exigencia de ofrecer juntas las dos versiones, pero sí se equivocaba en considerar como «verdadera» la que finalmente constituía su propia interpretación, solo en términos axiológicos. De un gravísimo conflicto del que resonaban todavía los ecos y que había quebrado todas las certezas morales era posible esperar al menos un relato condenatorio del acto que de manera tan positiva evaluaba el director de *Le Matin*.

De todas formas, se observa en general la indicación de algunos elementos que perviven en el periodismo y que en el transcurso de los años han sido profundamente analizados y problematizados. Nos referimos a la fidelidad en la citación, a la preocupación por las fuentes.⁶ Uno puede preguntarse si Lauzanne no estaba contradiciendo

la misma objetividad que pregonaba al asumir como verdadera su versión, apoyada solo en los relatos «simpáticos» de la mayoría de la prensa en Francia. En la actualidad no habría duda. Pero ¿en su época?

Regresemos a *El País* y a sus explicaciones, en tanto los artículos que publicaba, propios o de autores extranjeros, parecen plantear, según sus palabras, una gran renovación. El nuevo diario se autopromovía como «un lujo excesivo» para la ciudad universitaria, ya que su fin no era sostener «determinadas tendencias de partido o de una secta». Se refería, sin duda, a *La Voz del Interior* que, entre 1918 y 1931, ostentó un modo faccioso de intervención en defensa del ala más progresista del radicalismo, pero también a *Los Principios* y a *Tribuna* (1924-1931?), que eran diarios de vigorosa filiación católica. A todos calificaba negativamente: «El periodismo del interior no debe olvidarse que recién comienza a liberarse de su maridaje con la politiquería, y del pasquinismo» (*El País*, 1/8/1926, p. 8).

Al día siguiente, sus colegas cordobeses reaccionaron resentidos por la subestimación que había hecho de la prensa cordobesa. Especialmente, así lo hicieron *La Voz del Interior* y *Tribuna*. Si bien el impulso más fuerte estuvo en esa resistencia, es interesante la lectura que del editorial hizo *La Voz del Interior*. En la actualidad, aun sin llegar a un relativismo extremo, aceptamos que la noticia es la construcción periodística de un suceso (Martini, 2000) y que el lenguaje utilizado para referirlo no es trasparente (Charaudeau, 2003), lo que echa por tierra, ya desde hace tiempo, la idea de «verdad» que ostentaba el concepto de objetividad en aquella época.

Lo significativo es que *La Voz del Interior* no puso el énfasis en la idea de objetividad sino en el discurso utilizado y así demostrar que, en definitiva, la contradecía. Recordemos que el editorial de *El País* había sido firmado por Carlos Viale, su director, y escrito en primera persona:

Cuando se habla de mesura, es preciso limitar en todo lo posible la primera persona: No podemos hablar de la mesura y seriedad de nuestra obra exaltando la dirección que nos debe porque ella implica negar de golpe los méritos de esa mesura y seriedad. El panegirico de la propia obra cuando reposa en el yo, la disminuye y anula. Este contrasentido [está] latente en todo el editorial aparecido ayer en el diario Cárcano gobernista [...].

A pesar de la corrección lexicográfica y de la seriedad conceptual con que está escrito el editorial, percíbese el gran hiato de la vanidad satisfecha, sin mayor examen de lo que ha producido esa satisfacción [...].

¿De cómo puede realizarse una obra mesurada, impersonal y apartidista, cuando se parte precisamente del hiato egolátrico condicionado más por la vanidad que por el sano y natural orgullo? (LVI, 2/8/1926, p. 6).

Señalaba, igualmente, que la obra «impersonal y apartidista» del rotativo la desmentía el mismo diario que en sus meses de existencia había exaltado en demasía («habla y repiquetea») las bondades del gobernador cordobés. El planteo era demasiado «idealista» para ser, como los otros, simplemente un diario comercial.

En sus artículos de autopresentación, *El País* había creado un público al que la idea de objetividad rendía tributo: relatos y comentarios imparciales eran obligaciones indispensables para un lector cuya cultura había progresado y se había independizado de todo prejuicio, transformándose en el «juez democrático» que habría de valorar sus páginas. No dejó de observar también *La Voz del Interior* que el autor había instituido un público teóricamente: «Ha pretendido no aceptarlo sino conformarlo como él quiere que sea. Y eso se llama error de técnica, como así también de sensibilidad comercial» (LVI, 2/8/1926, p. 6).

Pero ni el propio patrocinador de *El País* creía en el lector que había construido. Cárcano fue no solo una figura descollante en el ámbito intelectual sino también un político sagaz que conforme a su época siempre creyó en la importancia de poseer prensa propia. Así le decía a Miguel Juárez Celman en una misiva: «Un diario para un hombre público es como un cuchillo para el gaucho pendenciero» (citado por Ruiz, 2014, pp. 163-164) y el mismo Cárcano señalaba cuando, como gobernador, se refería a *El País* en su primer número: «La prensa vale por el número de lectores que incorpora a sus ideas. Es muy cómodo no pensar y encontrarse todas las mañanas con el criterio hecho sobre las cuestiones del día. Quien tiene el hábito de leer un diario, ordinariamente piensa como ese diario» (*El País*, 3/4/1926, p. 1). Estas palabras contradecían las expresiones que en otros artículos ensalzaban la cultura del público lector y que destacaban su capacidad para juzgar los hechos y la independencia de sus opiniones.

Pero esta suerte de teoría de la recepción en la que Cárcano confiaba era compartida en la Argentina de aquellas épocas por políticos y por periodistas. Julio Argentino Roca estaba persuadido de que «este pueblo se gobierna y tiraniza con los diarios» (De Marco, 2006, p. 382) y de ello estaba segura la prensa del alto clero cordobés para sostener sus periódicos. *Los Principios* estaba profundamente persuadido de la importancia de la tarea periodística para actuar sobre los católicos: «Quien sea dueño de la prensa, marcará rumbos a los gobernantes, manejará las multitudes a su antojo. Porque es terrible y admirable la sugestión que el periódico ejerce sobre sus lectores habituales» (LP, 9/7/1924, p. 4). Partía de la premisa según la cual la masa de lectores «piensa como el diario que lee» porque era «incapaz» en su conjunto de tener ideas propias sobre la multitud de problemas que se planteaban en ese momento (LP, 9/7/1924, p. 4). En fin, a pesar de las profundas reflexiones y problematizaciones en torno a la recepción, los hombres de las primeras décadas del siglo xx, y aun los políticos de hoy, parecen haber mantenido una imagen bastante simple de los efectos de los medios que no siempre ha sido o es afortunada.

Lo cierto es que la idea de objetividad tan enérgicamente planteada pareció pulverizarse cuando hacia fines de 1927 y comienzos de 1928 comenzó la campaña para la elección de gobernador de Córdoba. Alarmado, el diario *Los Principios* refiriéndose, sin nombrarlo, a *El País*, decía:

La campaña electoral [...] empieza a enardecer la pasión de ciertos escritores de diarios [...]. Lo más sensible del caso es que diarios que fueron fundados invocando una elevada aspiración de cultura y que a pesar de los vaivenes más extraños se preciaban de serios, hablando a veces el lenguaje atildado de las buenas formas y recordando alguna erudición, desciendan al lodazal de las pasiones morbosas, sin darse cuenta que la prensa deja de ser vehículo de ilustración, cuando en vez de informar critica y cuando en vez de censurar ultraja y ofende (LP, 11/1/1928, p. 1)

Restan analizar estas crónicas a las que refiere el diario clerical. Sin embargo, una mirada superficial del corpus recogido permite hipotetizar que *El País* ya no mantuvo, como al comienzo, sus normas objetivas aun cuando siguió siendo un diario valioso.

PARA FINALIZAR

De la revisión realizada surge que las normas éticas sobrevolaron siempre el campo periodístico con diferentes sesgos y denominaciones. La «prensa independiente» nació como un nuevo modelo concebido de manera opuesta a los tradicionales diarios de opinión o de partido característicos de gran parte del siglo XIX. Sin embargo, a la oposición prensa de partido/prensa comercial, a la que se caracteriza siempre de la manera en la que nosotros mismos lo hemos hecho al comenzar este trabajo al primero como dependiente de los partidos, los movimientos o las personalidades políticas; al segundo, sostenido por el lector y el anunciante, con gran variedad de secciones y de temáticas, habría que añadir matices según lo muestra el campo periodístico cordobés que hemos descripto. En el proceso de modernización periodística no hubo, como dijimos, propietarios que no estuvieran enrolados en algún partido político, al menos hasta 1928 cuando nació el diario *Córdoba*. En las dos primeras décadas del siglo XX los propietarios de diarios fueron militantes y participaron activamente en las filas del Partido Demócrata o en diferentes facciones del Partido Radical y defendieron sus posturas. No obstante, asumieron el nuevo modelo y, claramente, *La Voz del Interior*, aun en un formato sábana, fue un diario popular (Brunetti, 2008, 2015). Todos se autodenominaron independientes y también fueron diarios comerciales.

En 1936, Ricardo Setaro publicó *La vida privada del periodismo*, texto que analiza críticamente la idea de periodismo independiente y su supuesta neutralidad. Mediante numerosos ejemplos tomados de los diarios porteños de su momento, el autor demuestra que la prensa independiente «es forzosamente prensa comercial» y añade: «Puede darse el caso de prensa política que sea a la vez prensa comercial, pero imposible que un periódico llamado independiente no lo sea» (1936, p. 18). El primer caso es el que se produce en Córdoba durante casi las dos primeras décadas del siglo pasado, si consideramos quiénes fueron sus propietarios y los partidos en los que se enrolaron, pero de todos modos no dejaron de ser diarios comerciales. Por ejemplo, para los comienzos de la década de 1930 la publicidad, que ya había mostrado sus fortalezas durante la década de 1920 (Brunetti, 2015), centralizó con vigor el interés de todos los periódicos.

Quizás la particularidad más sobresaliente de los diarios comerciales respecto de los partidistas del siglo XIX radica en una característica que señala Saítta cuando analiza cómo actuó *Crítica* respecto del socialismo, pues consideraba que era el único que en las elecciones legislativas de 1924 podía disputarle la victoria al radicalismo a pesar de adherir a los postulados del partido Demócrata Progresista.

En ese conflicto,⁷ *Crítica* estableció lealtades políticas que no siempre respondían a la lógica partidaria sino que más bien solían estar vinculadas a maniobras electorales o a lealtades personales; esto es, cierta labilidad en sus preferencias partidarias.

En cuanto a la idea de objetividad, hemos mostrado en primer lugar que surgió en el marco de la prensa independiente y en la década de 1920 junto con su propio cuestionamiento. La prensa cordobesa es solo el ejemplo de una idea que se propagó por el mundo devenida de publicaciones extranjeras, y motivada por graves acontecimientos de carácter mundial. Su fragilidad quedó manifiesta muy pronto en el seno de los mismos diarios que asumieron la objetividad como un dogma. Pero, las reflexiones que la pusieron en crisis ya habían aparecido en la misma década de 1920 cuando Walter Lippmann aunque haciendo foco en otro tema conjeturaba en torno a la prensa: «La hipótesis que me parece más fecunda es que las noticias y la verdad no son la misma cosa, y deben ser claramente distinguidas. La función de las noticias es señalar un hecho, la de la verdad es iluminar hechos ocultos, ordenarlos en relación los unos con los otros [...]» (1964 [1922], p. 259).

Las incertidumbres y las contradicciones no faltaron desde sus comienzos, como ocurrió con *El País*, pero la idea de objetividad se mantuvo por años. Aunque escapan a los límites de este trabajo, resulta significativo señalar algunos aspectos: acontecimientos importantes que se desarrollaron en las décadas de 1930 y 1940 como los totalitarismos—, la fuerte gravitación del carácter comercial de la prensa y, especialmente, la Segunda Guerra Mundial, marcaron un rumbo que se amparó en la tutela de la objetividad periodística y que modeló una suerte de discurso cuyas pretensiones encajaban con esa idea; también se forjó una normativa que influyó en las prácticas periodísticas ya fomentadas desde la creación de los estudios universitarios. Resultó muy significativa, en este sentido, la labor de la Comisión sobre la Libertad de Prensa o Comisión Hutchins, que se reunió entre 1943 y 1945 pero que publicó su informe en 1947. En el documento se hizo una crítica de la prensa y se elaboró una lista de propuestas. Conocido como teoría de la responsabilidad social, el informe apunta a reconciliar la idea de independencia con las obligaciones hacia la sociedad; esto es, tanto a propiedad como el control de los medios deben concebirse como una suerte de servicio público (McQuail, 1983). Algunos textos insisten en la importancia de esta comisión y en una suerte de efecto que refundó el periodismo después de la Segunda Guerra Mundial y su idea de objetividad.

Miguel Rodrigo Alsina (1989) sostiene que el concepto de objetividad ha sufrido variaciones temporales y espaciales por lo que es un concepto social distinto según sean las culturas estudiadas. Como vimos, su aparición, al menos en Córdoba, tenía ya algunos ejes comunes que el tiempo fue desdeñando o reforzando. Más bien es posible pensar que cada sociedad hizo ajustes según sus circunstancias a una noción generalizada, pero todos creyeron posible —al menos hasta la década de 1960— «tras los desconcertantes rigores de las décadas de 1930 y 1940, aceptar ese credo» (Smith, 1983, p. 211).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrés, C. (1938). *El periodismo por dentro*. Buenos Aires, Argentina: Tor.

Borrat, H. (1989). *El periódico actor político*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Botto, M. N. (2012). *Historia de las agencias de noticias. Desde su creación hasta el período de entreguerras. Historia del periodismo argentino* (volumen VII). Academia Nacional de Periodismo. Buenos Aires, Argentina: Dunken.

Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona, España: Anagrama.

Brunetti, P. (2008). El periodista en el lugar de los hechos: una práctica y un lugar discursivo. *Temas de Comunicación*. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.

Brunetti, P. (2015). Publicidad, suscripciones y ventas: la contienda comercial entre los periódicos cordobeses en la década de 1920. *Actas del VIII Seminario Regional* (Cono Sur). Córdoba, Argentina: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC).

Calvo, J. R. (1970). *Periodismo para nuestro tiempo (El problema de la objetividad en los medios de comunicación de masas)*. Buenos Aires, Argentina: Librería de las Naciones.

Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información. La construcción del espejo social*. Barcelona, España: Gedisa.

De Marco, M. Á. (2006). *Historia del periodismo argentino. Desde los orígenes hasta el Centenario de Mayo*. Buenos Aires, Argentina: EDUCA.

Duncan, T. (1980). La prensa política. Sud-América, 1884-1892. En Ferrari, G. y Gallo, E. (comps.). *La Argentina del ochenta al centenario (1880-1892)*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.

El País (3 de abril de 1926). Seis gobernadores de provincia dieron a *El País* su opinión sobre la prensa, p. 1.

El País (3 de abril de 1926). Un programa, p. 8.

El País (7 de abril de 1926). Un técnico de los sports, p. 1.

El País (27 de abril de 1926). Un nuevo progreso de *El País*, p. 1.

El País (1 de agosto de 1926). El periodismo técnico, p. 8.

El País (3 de octubre de 1926). El mejor servicio telegráfico, p. 4.

El País (10 de noviembre de 1926). Dos clases de periodismo, p. 8.

La Libertad (29 de marzo de 1900). Un hombre degollado / Antecedentes / La actitud del juez del crimen / Y comisario de pesquisas / Todos los detalles, p. 4.

La Voz del Interior (16 de marzo de 1904). El personalismo en la prensa, p. 4.

La Voz del Interior (6 de enero de 1906). La Voz del Interior, p. 4.

La Voz del Interior (12 de julio de 1913). Un caso original en la vía pública, p. 10.

La Voz del Interior (10 de septiembre de 1914). La prensa nacional y la extranjera / La veracidad informativa / Un triunfo del periodismo argentino / Nuevas ratificaciones en noticias / Un parte de Lord Kitchener, p. 4.

La Voz del Interior (2 de agosto de 1926). Un editorial y su examen, p. 6.

Los Principios (9 de julio de 1924). Variaciones sobre el periodismo católico, p. 10.

Los Principios (11 de enero de 1928). Los fueros de la prensa, p. 1.

Lippmann, W. (1949) [1922]. *La opinión pública*. Buenos Aires, Argentina: Fabril Editora.

Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires, Argentina: Norma.

McQuail, D. (1983). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Paidós.

McQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Napp, G. (1987). *Para la historia del periodismo. El primer congreso panamericano de Periodistas*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones El cronista comercial.

Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona, España: Paidós.

Ruiz, F. J. (2014). *Guerras mediáticas. Las grandes batallas periodísticas desde la Revolución de Mayo hasta actualidad*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.

Saitta, S. (1998). *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.

Setaro, R. (1936). *La vida privada del periodismo*. Buenos Aires, Argentina: Fegrabo.

Smith, A. (1983). *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Seonane, M. C.; Sáiz, M. D. (1998). *Historia del periodismo en España. El siglo XX: 1898-1936* (vol. 3). Madrid, España: Alianza.

Vagliente, P. (2000). *Indicios de modernidad. Una mirada sociocultural desde el campo periodístico en Córdoba. 1860-1880*. Córdoba, Argentina: Alción.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Ayroló, V. (2006). Noticias sobre la opinión y la prensa periódica en la Provincia autónoma de Córdoba: 1820-1852. *Quinto Sol*. Universidad Nacional de La Pampa. Recuperado de www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-28792006000100001

Brunetti, P. (2014). La prensa cordobesa durante la primera dictadura militar (1930-1931). *Cuadernos de H ideas*, 8 (8). Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/cps/article/view/2342>

Cucchi, L. (2014). Prensa política y libertad de expresión en la provincia de Córdoba en la segunda mitad del siglo XIX: la ley de imprenta de 1879. *Revista de Indias*, LXXIV (260), 211-240. Recuperado de revistas.csic.es/index.php/revistadeindias/article/viewFile/954/1028

Cucchi, L. y Navajas, M. J. (2012). Un actor «incómodo»: prensa política en Córdoba y Tucumán a fines de la década de 1870. *Secuencia* (82), 41-71. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0186-03482012000100002&lng=es&nrm=iso&tlng=es

NOTAS

1 Según María Cruz Seoane y María Dolores Sáiz (1998), en España recibió la misma denominación.

2 Hubo un intento en 1915. En el mes de mayo apareció *Crónica*, un vespertino que duró poco tiempo. Su director fue Arturo E. Aguirre, quien dos años antes había sido director del diario *El Pueblo*, de Río Cuarto, localidad ubicada a 220 km de la ciudad de Córdoba.

3 En 1915 se imprimió *El Combate*, un vespertino del que existen muy pocos datos y del que no hemos encontrado ejemplares. En apariencia, habría sido publicado por *La Voz del Interior* y debió salir por muy poco tiempo.

4 En la Conferencia de Paz de 1919 todos los estadistas mayores tenían entre sus asesores a directores y a editores de periódicos (Smith, 1983, p. 208).

5 Carlos Viale, posiblemente de origen cordobés, trabajaba en Buenos Aires, donde desarrolló sus actividades periodísticas. Fue director de la revista *Vogue. Edición Argentina*. Se trasladó a Córdoba para dirigir y para organizar la salida del diario *El País* y permaneció en la ciudad varios meses. Volvió a Buenos Aires para organizar la agencia de *El País* en esa ciudad y en abril de 1927 presentó su renuncia formal a la dirección del diario. En 1929 dirigía el suplemento dominical de *La Nación*.

6 De hecho, también en la actualidad para una información confiable la verificación de la información brindada por una fuente se vincula no solo al valor de la información sino también a las premisas éticas del periodismo en cuanto torna a la prensa confiable y evita complicaciones legales (Martini, 2000).

7 Se refiere al Partido Socialista y luego de la derrota en esas elecciones a una escisión del mismo, que dio lugar a la aparición del Partido Socialista Independiente en 1927.